

**ANALISIS PENERAPAN BIAYA RELEVAN DALAM
MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS
PADA PT. ADINATA DI MAKASSAR**

SKRIPSI



**OLEH :
ANDRY
A311 07 679**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2011**

**ANALISIS PENERAPAN BIAYA RELEVAN DALAM
MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS
PADA PT. ADINATA DI MAKASSAR**

**OLEH :
ANDRY
A311 07 679**

**Skripsi Sarjana Lengkap Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin
Makassar**

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dra. Hj. Sri Sundari, M.Si, Ak
Nip : 196602201994122001**

**Drs. Abd Rahman, Ak
Nip : 196601101992031001**

ABSTRAK

Andry, Analisis **Penerapan Biaya Relevan dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada PT. Adinata di Makasar** (dibimbing oleh Dra. Hj. Sri Sundari, M.Si. Ak. dan Drs. Abd. Rahman, Ak.).

Kata kunci : Biaya relevan, menerima atau menolak pesanan khusus.

Permasalahan dalam penelitian adalah bagaimana penerapan biaya relevan pada PT. Adinata dalam menerima atau menolak pesanan khusus, dengan kriteria: apabila Harga jual pesanan khusus $>$ biaya variabel berarti pesanan khusus diterima, sedangkan apabila Harga jual pesanan khusus $<$ biaya variabel berarti pesanan khusus ditolak.

Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menerima atau menolak pesanan khusus serta untuk menganalisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan atas menerima atau menolak pesanan khusus.

Berdasarkan hasil perhitungan biaya relevan, menunjukkan bahwa PT. Adinata belum melakukan analisis biaya relevan secara tepat. Dari hasil analisis mengenai biaya relevan, khususnya pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menunjukkan bahwa dari alternatif yang diajukan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Berdasarkan hasil analisis pesanan khusus menunjukkan bahwa pesanan khusus dari UD. Jaya Abadi dan Toko Riva dapat diterima.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, cinta kasih dan perlindunganNya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.

Keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan moral maupun material serta doa dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua yang tercinta dan saudara-saudariku yang selalu memberikan dukungan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Hj. Sundari, M.Si, Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Abdul Rahman, Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Muh. Nurs Azis, MM selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan selama menjalani kuliah di Universitas Hasanuddin Makassar.

5. Seluruh pimpinan, dosen, karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar, atas segala ilmu, bimbingan dan bantuannya.
6. Pihak PT. Adinata khususnya Bapak Jerri Tjowardi yang telah bersedia membantu penulis dengan menyediakan data yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman dan segala pihak yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Makassar, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR SKEMA	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Pengertian Biaya	5
2.2. Perilaku Biaya	8
2.3. Pengertian Biaya Relevan	14
2.4. Manfaat Penggunaan Biaya Relevan	20
2.5. Aplikasi Biaya Relevan Dalam Pengambilan Keputusan	22
2.6. Kerangka Pikir	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2. Metode Pengumpulan Data	28
3.3. Jenis Dan Sumber Data	29
3.4. Metode Analisis	30
3.5. Sistematika Pembahasan	31

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	33
5.1. Sejarah Singkat PT. Adinata	33
4.2. Struktur Organisasi PT. Adianata	35
4.3. Tugas dan Tanggungjawab	37
4.4. Proses Produksi	39
 BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 45
5.1. Analisis Biaya Relevan	45
5.2. Analisis Biaya Relevan dalam Kapasitas Menerima atau Menolak Pesanan Khusus	 57
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	 62
6.1. Kesimpulan	62
6.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1 PT. ADINATA KAPASITAS PRODUKSI KECAP TAHUN 2010	46
TABEL 2 PT. ADINATA ANGGARAN BIAYA BAHAN BAKU LANGSUNG TAHUN 2010	49
TABEL 3 DATA BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG DALAM PRODUKSI KECAP TAHUN 2010.....	50
TABEL 4 PT. ADINATA BIAYA OVERHEAD PABRIK KAPASITAS JAM KERJA 2.100 JAM TAHUN 2010	51
TABEL 5 BIAYA REPARASI DAN PEMELIHARAAN AKTIVA TETAP DALAM PROSES PRODUKSI KECAP PADA PT. ADINATA (SEMI VARIABEL) TAHUN 2010	52
TABEL 6 REGRESI VOLUME PRODUKSI DENGAN BIAYA REPARASI DAN PEMELIHARAAN AKTIVA TETAP BULAN JANUARI S/D BULAN DESEMBER TAHUN 2010	53
TABEL 7 BESARNYA KALKULASI BIAYA PRODUKSI TAHUN 2010.....	55
TABEL 8 BIAYA RELEVAN DAN TIDAK RELEVAN UNTUK KEPUTUSAN MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS TAHUN 2010.....	56
TABEL 9 VOLUME PENJUALAN KECAP BULAN JANUARI S/D DESEMBER TAHUN 2010	57
TABEL 10 PERHITUNGAN LABA RUGI DENGAN VARIABEL COSTING TAHUN 2010	59
TABEL 11 KALKULASI PERHITUNGAN LABA RUGI ATAS PESANAN KHUSUS UD. JAYA ABADI	60
TABEL 12 KALKULASI PERHITUNGAN LABA RUGI ATAS PESANAN KHUSUS TOKO RIVA.....	60

DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1 Kerangka Pikir	27
Skema 2 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Adinata di Makassar	37
Skema 3 Proses Produksi Kecap PT. Adinata di Makassar	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan kegiatan suatu perusahaan, maka seringkali manajemen dihadapkan pada beberapa pilihan atau alternatif dari aktivitas yang dilakukan. Dari berbagai alternatif tersebut, maka manajemen harus memilih satu alternatif yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Untuk memilih salah satu dari alternatif tersebut, maka manajemen membutuhkan informasi tentang biaya.

Informasi mengenai biaya perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan karena digunakan dalam penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya, dan bahkan evaluasi tentang lini produk yang paling menguntungkan. Jumlah biaya diperlukan untuk memantau dukungan berbagai fungsi dalam bisnis termasuk keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif. Untuk memutuskan alternatif mana yang harus dipilih, seringkali mereka mengalami ketidakpastian. Oleh karena itu, manajemen memerlukan informasi biaya yang dapat mengurangi ketidakpastian yang mereka hadapi, sehingga memungkinkan mereka menentukan pilihan yang baik. Salah satu informasi penting untuk perencanaan dan pengambilan keputusan adalah mengenai informasi analisis biaya relevan (Sugiri, 2001).

Menurut Sugiri (2001), biaya relevan adalah biaya masa yang akan datang (*future costs*) yang berbeda besarnya pada berbagai alternatif. Seluruh keputusan berhubungan dengan masa yang akan datang, oleh karena itu hanya biaya masa

mendatang saja yang relevan bagi sebuah keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. Biaya relevan dapat meliputi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

PT. Adinata, yakni sebuah perusahaan yang beroperasi di bidang produksi kecap dan saus lombok, dimana dalam menjalankan aktivitas usahanya, sering mendapat pesanan khusus dari konsumen, dengan adanya pesanan khusus tersebut, maka perusahaan perlu menerapkan biaya relevan dalam menentukan apakah pesanan dapat diterima atau ditolak. Dimana menurut Prawironegoro dan Purwanti (2009:259) bahwa biaya relevan sering juga disebut dengan biaya differensial yaitu biaya yang berbeda-beda, akibat adanya tingkat produksi yang berbeda yang mengakibatkan perbedaan biaya tetap.

Hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam pengambilan keputusan atas menerima atau menolak pesanan khusus, dimana dalam menetapkan harga jual per botol kecap dan saus lombok, maka perusahaan harus memperhatikan harga jual bahan baku yang digunakan seperti kedelai dan lombok besar, yang seringkali mengalami lonjakan harga yang mahal, oleh karena itu perusahaan menerima pesanan khusus apabila harga jual per botol kecap dan saus lombok harus lebih besar dari biaya variabel per botol serta kapasitas persediaan masih ada, sedangkan pesanan khusus yang ditolak apabila harga jual dibawah dari biaya variabel per botol dan kapasitas persediaan bahan baku yang digunakan tidak mencukupi.

Dari uraian tersebut di atas maka penulis memilih judul: "Analisis Penerapan Biaya Relevan Dalam Menerima Atau Menolak Pesanan Khusus Pada PT. Adinata di Makassar"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah: "Bagaimana penerapan biaya relevan pada PT. Adinata dalam menerima atau menolak pesanan khusus, dengan kriteria: apabila Harga jual pesanan khusus $>$ biaya variabel berarti pesanan khusus diterima, sedangkan apabila Harga jual pesanan khusus $<$ biaya variabel berarti pesanan khusus ditolak.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perhitungan biaya relevan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menerima atau menolak pesanan khusus.
2. Untuk menganalisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan atas menerima atau menolak pesanan khusus.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan oleh pihak manajemen perusahaan mengenai biaya relevan agar dapat dijadikan sebagai alternatif dan alat pengambilan keputusan dalam menerima atau menolak pesanan khusus.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan pengetahuan penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya terjadi di perusahaan.

3. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam hal menambah pengetahuan terutama yang berkaitan dengan biaya relevan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Biaya

Kegiatan manajemen suatu perusahaan pada dasarnya terpusat pada dua hal : (1) perencanaan, yang meliputi penentuan tujuan langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut, dan (2) pengawasan, yang meliputi langkah-langkah yang harus diambil atau yang harus dilakukan untuk menjamin tercapainya tujuan. Dalam hubungannya dengan tanggung jawab manajemen dalam perencanaan dan pengawasan, manajer memerlukan informasi tentang perusahaannya. Ditinjau dari titik pandang akuntansi, informasi yang diperlukan oleh manajer adalah biaya yang terjadi pada perusahaan tersebut.

Untuk mempelajari akuntansi manajemen, terlebih dahulu memahami arti dari *cost* (yang juga disebut dengan biaya atau sama dengan sebutan biaya atau harga perolehan) dan terminologi kos yang terkait. Pembebanan kos pada produk, atau jasa, atau objeknya untuk kepentingan manajemen merupakan tujuan utama sistem informasi manajemen. Sasarannya adalah meningkatkan ketelitian pembebanan, informasi biaya produksi, dan tingkat kualitas sehingga dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan yang lebih baik.

Pada umumnya telah disepakati bahwa biaya merupakan bagian dari *cost*, yang dikorbankan untuk menghasilkan pendapatan. Menurut FASB dalam SFAC dikutip oleh Muqodim (2005:142) memberikan pengertian biaya seperti berikut:

“Biaya adalah aliran keluaran atau penggunaan aktiva, atau terjadinya utang (atau kombinasi di antara keduanya) dari penyerahan atau produksi barang, penyerahan jasa atau pelaksanaan kegiatan utama suatu perusahaan.”

Biaya (*cost*) adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi (Simamora, 1999:36).

Disebut setara kas karena aset non kas dapat ditukar untuk barang atau jasa yang di inginkan. Misalnya, untuk menukar peralatan dengan bahan baku yang digunakan dalam produksi. Dari pengertian di atas secara konsep, biaya lebih merupakan penurunan aktiva dari pada kenaikan utang. Pemanfaatan aktiva (*using up to assets*) hanya dapat dikatakan sebagai biaya kalau pemanfaatan tersebut berhubungan langsung dengan penyerahan produk dan bukan berhubungan dengan proses pengolahan produk atau potensi jasa. Harga pokok pengolahan atau harga pokok produksi baru diakui sebagai biaya dalam periode penjualan produk dan bukannya dalam periode "*cost*" dari aktiva atau biaya produksi tersebut dikonsumsi untuk menghasilkan produk tersebut.

Pengertian biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat sekarang atau di masa akan datang bagi organisasi (Kholmi dan Yuningsih, 2002:7).

Berikut ini pengertian biaya dikemukakan oleh Sunarto (2004:2) bahwa biaya adalah harga pokok atau bagiannya yang telah dimanfaatkan atau dikonsumsi untuk memperoleh pendapatan.

Selanjutnya pengertian biaya dikemukakan oleh Prawironegoro dan Purwanti (2009:19) bahwa: "Biaya merupakan pengorbanan untuk memperoleh harta, sedangkan beban merupakan pengorbanan untuk memperoleh pendapatan. Kedua merupakan pengorbanan, namun tujuannya berbeda".

Dalam dunia bisnis, semua aktivitas dapat diukur dengan satuan uang yang lazim disebut biaya. Aktivitas itu merupakan pengorbanan waktu, tenaga dan pikiran, material untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Tujuan bisnis adalah laba. Oleh sebab itu setiap aktivitas harus diperhitungkan secara *benefit cost ratio* (perhitungan keuntungan dan pengorbanan)

Mursyidi (2008:14) menyatakan bahwa: "Biaya diartikan sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan, baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang."

Berdasarkan definisi yang dikemukakan di atas, terdapat 4 (empat) unsur pokok, yaitu:

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
- b. Diukur dalam satuan uang
- c. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Istilah biaya dalam akuntansi, didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa, pengorbanan mungkin diukur dalam kas, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan dan lain-lain, hal ini diperkuat oleh pendapat Witjaksono (2006:6) mengemukakan bahwa: “Biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

Berdasarkan dari definisi-definisi di atas tentang biaya maka digunakan akumulasi data biaya untuk keperluan penilaian persediaan dan untuk penyusunan laporan-laporan keuangan di mana data biaya jenis ini bersumber pada buku-buku dan catatan perusahaan. Tetapi, untuk keperluan perencanaan analisis dan pengambilan keputusan, sering harus berhadapan dengan masa depan dan berusaha menghitung biaya terselubung (*imputed cost*), biaya deferensial, biaya kesempatan (*oppurtunity cost*) yang harus didasarkan pada sesuatu yang lain dari biaya masa lampau. Oleh sebab itu merupakan persyaratan dasar bahwa biaya harus diartikan dalam hubungannya dengan tujuan dan keperluan penggunaannya sehingga suatu permintaan akan data biaya harus disertai dengan penjelasan mengenai tujuan dan keperluan penggunaannya, karena data biaya yang sama belum tentu dapat memenuhi semua tujuan dan keperluan.

2.2 Perilaku Biaya

Pemahaman mengenai bagaimana biaya-biaya berubah menurut perubahan-perubahan aktivitas bisnis sangatlah bermanfaat bagi manajer jika volume penjualan diharapkan meningkat, maka manajemen menaksir biaya keluaran yang menanjak

tinggi, untuk membuat estimasi seperti itu, manajemen perusahaan perlu mengetahui jenis biaya yang terlibat dan bagaimana biaya tersebut berperilaku manakala aktivitas berubah. Perilaku biaya berarti bagaimana biaya akan bereaksi terhadap perubahan yang berlangsung pada tingkat aktivitas bisnis, dimana pemahaman mengenai perilaku biaya merupakan kunci dari sebuah keputusan dalam sebuah perusahaan. Manajer-manajer yang memahami bagaimana biaya berperilaku akan lebih mampu berprediksi berapa besarnya biaya pada berbagai situasi operasi bisnis.

Menurut Mulyadi (2005:465) pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan : biaya tetap, biaya biaya variabel, dan biaya semi variabel.

Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2009:7) bahwa: “Perilaku biaya dapat diartikan sebagai perubahan biaya yang terjadi akibat perubahan dari aktivitas bisnis”.

Perilaku biaya merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi dalam beberapa pengambilan keputusan. Manajer yang handal harus mampu memahami tentang perilaku biaya dengan baik sehingga bisa mengambil keputusan secara tepat dan akurat. Manajer yang tidak mampu memahami tentang perilaku biaya tentu akan mengalami kendala dalam pengambilan keputusan, terutama keputusan yang berhubungan dengan produk, perencanaan, pengendalian biaya, dan mengevaluasi kinerja.

Pada umumnya dikenal dua perilaku biaya, yakni biaya tetap dan biaya variabel dan juga dikenal pula perilaku biaya lainnya, yakni biaya campuran atau biaya semi variabel. Struktur biaya perusahaan sangatlah signifikan dalam hal proses pengambilan keputusan yang dapat dipengaruhi oleh jumlah relatif biaya tetap atau biaya variabel yang ada dalam perusahaan.

1. *Biaya Tetap*

Biaya tetap adalah biaya yang secara total jumlahnya tetap, bagaimanapun perubahan tingkat aktivitas. Biaya tetap dalam periode, jumlahnya tetap (tidak mengalami perubahan). Konsekwensinya, walaupun tingkat aktivitas turun atau naik, maka jumlah biaya tetap secara total selalu sama, kecuali dipengaruhi oleh faktor eksternal, misalnya perubahan harga. Biaya sewa merupakan contoh yang tepat, kalau perusahaan menyewa sebuah mesin seharga Rp. 500.000.000,00 per bulan, maka jumlah biaya sewa akan tetap sebesar Rp. 500.000.000,00 walaupun perusahaan memproduksi 1000 unit maupun 10 unit dalam satu bulan. Menurut kenyataan, walaupun biaya tetap secara total tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas, namun menimbulkan kesulitan dalam menentukan biaya tetap per unit produksi, karena biaya tetap per unit akan tergantung jumlah produk yang dihasilkan. Saat produksi naik, maka biaya tetap per unit rata-rata akan turun karena total biaya tetap dibebankan pada seluruh produk yang dihasilkan, sebaliknya, saat jumlah produksi turun, maka biaya tetap per unit rata-rata akan naik.

Secara singkat karakteristik biaya tetap dapat diuraikan satu persatu:

1. Secara total jumlahnya tetap dalam jarak waktu yang relevan, tidak dipengaruhi oleh perubahan tingkat aktivitas
2. Secara unit berubah-ubah, dalam arti bahwa biaya tetap per unit akan turun apabila tingkat aktivitas naik, sebaliknya biaya per unit akan naik apabila tingkat aktivitasnya turun.
3. Pembebanan kepada suatu obyek yang dibiayai menggunakan keputusan manajemen atau periode alokasi tertentu.
4. Pengawasan terjadinya atau penggunaannya menjadi tanggung jawab (terkendali) bagi manajemen puncak.

2. Biaya Variabel

Setiap aktivitas mempunyai input dan output, dimana input aktivitas adalah sumber daya yang dikonsumsi oleh aktivitas untuk memproduksi outputnya. Input aktivitas adalah faktor yang memungkinkan aktivitas dilaksanakan dan dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori seperti *material, energy, labor and capital*, sedangkan output aktivitas adalah hasil atau produk dari aktivitas tersebut. Perilaku biaya menjelaskan bagaimana biaya-biaya atau input aktivitas berubah dalam kaitannya dengan perubahan output aktivitas.

Biaya variabel adalah biaya yang secara total berubah-ubah sesuai dengan perubahan tingkat aktivitas output secara proporsional atau sebanding, misalnya biaya bahan baku yang digunakan dalam satu periode akan berubah secara total sesuai dengan jumlah barang yang diproduksi (output aktivitas). Biaya variabel secara total

naik turun sesuai dengan perubahan aktivitas, namun biaya variabel per unit selalu konstan (tetap). Banyak contoh biaya variabel dalam suatu perusahaan, misalnya untuk perusahaan pengolahan, biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan beberapa biaya overhead pabrik. Biaya variabel pada perusahaan perdagangan meliputi harga pokok produk yang dijual, komisi salesman dan biaya penagihan.

Biaya akan dikatakan variabel kalau biaya tersebut dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai, dimana sesuatu yang dibiayai itu merupakan dasar aktivitas yaitu suatu kegiatan yang menjadi faktor penyebab atau yang mempengaruhi biaya variabel. Dua faktor yang pada umumnya digunakan sebagai dasar aktivitas yaitu unit yang diproduksi dan unit yang terjual, namun sebenarnya masih banyak dasar aktivitas yang lain yang dapat digunakan .

Secara ringkas karakteristik biaya variabel adalah sebagai berikut:

1. Secara total berubah-ubah sesuai, sebanding langsung atau proporsional dengan perubahan tingkat aktivitas.
2. Mudah dan praktis untuk dibebankan secara teliti pada obyek yang dibiayai dengan cara yang secara ekonomis menguntungkan.
3. Secara unit akan tetap konstan (jumlahnya tetap) walaupun tingkat aktivitasnya berubah-ubah

3. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang mengandung unsur-unsur biaya variabel dan tetap. Biaya semi variabel terjadi karena hubungan jumlah biaya dengan

basis aktivitas serta memiliki unsur yang konstan (atau tetap) terhadap volume aktivitas. Sebagian dari biaya campuran ini berubah seiring dengan volume atau pemakaian dan sebagian lagi berperilaku tetap selama periode tertentu. Contoh biaya campuran adalah biaya telepon dan gaji wiraniaga. Sebagian dari biaya telepon yang harus dibayar pelanggan berperilaku tetap yakni biaya abonemen, sedangkan bagian lainnya berperilaku variabel karena tergantung pada banyaknya pemakaian pulsa telepon. Unsur biaya tetap dan campuran menunjukkan biaya minimal untuk memperoleh jasa, sedangkan unsur variabelnya berasal dari perubahan aktivitas.

Karakteristik biaya semi variabel adalah sebagai berikut:

- a. Biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau kapasitas, semakin tinggi volume kegiatan semakin besar biaya dan semakin rendah volume kegiatan semakin kecil biayanya, tetapi tingkat perubahan biaya tersebut tidak sebanding dengan tingkat perubahan volume kegiatan.
- b. Biaya satuan atau unit cost biaya semi variabel akan semakin kecil dengan semakin tingginya volume kegiatan dan sebaliknya biaya per unit akan semakin besar dengan semakin rendahnya volume kegiatan.

4. Pemisahan biaya semi variabel

Biaya semi variabel harus dipisahkan antara unsur atau komponen tetap dan komponen variabel untuk tujuan perencanaan dan pengawasan maupun untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan biaya. Secara umum ada tiga pendekatan dalam menentukan pola perilaku biaya tersebut, menurut Bustami (2009:12) yaitu:

- a) Pendekatan intuisi, merupakan pendekatan yang didasarkan intuisi manajemen. Intuisi tersebut bisa didasari atas surat-surat keputusan, kontrak-kontrak kerja dengan pihak lain dan sebagainya.
- b) Pendekatan analisis engineering merupakan pendekatan yang didasarkan pada hubungan fisik antara masukan input dengan keluaran atau output
- c) Pendekatan analisis data biaya masa lalu dengan metode-metode yaitu metode titik tertinggi dan terendah, metode kuadrat terkecil dan metode biaya cadangan.

Tiga metode pertama dengan analisis data masa lalu diperlukan anggapan adanya hubungan biaya yang bersifat linier. Adapun review lambang dalam persamaan garis lurus adalah :

$$Y = a + b (X)$$

Dimana :

Y = Total biaya aktivitas

a = Komponen biaya tetap

b = Biaya variabel per unit aktivitas

X = Ukuran output aktivitas

2.3 Pengertian Biaya Relevan

Masukan penting dalam memilih alternatif adalah biaya. Semua hal lain dianggap sama, alternatif dengan biaya yang lebih murah akan dipilih. Dalam memilih di antara dua alternatif, hanya biaya dan pendapatan relevan terhadap keputusan yang harus dipertimbangkan. Identifikasi dan membandingkan biaya

relevan dan pendapatan merupakan jantung dari model keputusan taktis yang diketahui. Sehingga penting untuk mengetahui apa artinya biaya relevan.

Biaya (pendapatan) relevan adalah biaya (pendapatan) kedepan yang berbeda diantara alternatif. Definisinya sama untuk biaya atau pendapatan, sehingga untuk membuat lebih mudah, bahasan akan dipusatkan pada biaya relevan, dengan pengertian bahwa prinsip yang sama digunakan pada pendapatan. Semua keputusan yang berhubungan dengan yang akan datang, namun, hanya biaya mendatang dapat relevan terhadap keputusan. Meskipun demikian, untuk menjadi relevan, suatu biaya tidak hanya menjadi biaya mendatang, tetapi biaya tersebut harus berbeda antara satu alternatif dengan lainnya. Jika biaya mendatang sama untuk satu alternatif, ia tidak mempunyai dampak terhadap keputusan. Biaya demikian merupakan biaya tidak relevan. Kemampuan untuk mengidentifikasi biaya relevan dan tidak relevan adalah keahlian pengambilan keputusan yang penting.

Biaya relevan seringkali dikenal dengan biaya marginal atau biaya tambahan (*inkremental*). Istilah biaya marginal digunakan secara luas oleh ahli-ahli ekonomi. Sedangkan para insinyur pada umumnya berbicara mengenai biaya inkremental untuk tambahan biaya yang dikeluarkan apabila suatu proyek atau suatu pelaksanaan pekerjaan diperluas di luar tujuan yang ditetapkan semula. Biaya relevan adalah biaya yang diperkirakan nantinya akan muncul, yang berbeda di antara berbagai alternatif (Witjaksono, 2006:16).

Salah satu tugas atau fungsi utama dalam sistem informasi manajemen adalah menyediakan atau memberikan informasi pendapatan dan biaya relevan yang dapat

digunakan sebagai dasar keputusan dan melakukan tindakan bagi para pemakainya. Walaupun ada berbagai macam tindakan yang memungkinkan untuk dilakukan oleh para pemakai, namun tindakan yang terpenting adalah pembuatan keputusan. Keputusan manajemen ada yang bersifat rutin yang frekuensinya tinggi dan ada yang tidak rutin baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Fungsi utama dari seorang manajer adalah membuat perencanaan mengenai kegiatan yang akan dilakukan di masa mendatang. Perencanaan pada dasarnya adalah pengambilan keputusan, karena perencanaan tersebut dilakukan dengan cara memilih berbagai alternatif yang ada yang dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan. Untuk dapat mengambil keputusan yang tepat maka manajer memerlukan informasi yang tepat pula. Kalau keputusan tersebut akan mengakibatkan perubahan pendapatan dan perubahan biaya maka manajer harus mendapatkan informasi tentang pendapatan dan biaya deferensial untuk meramalkan pengaruhnya biaya tersebut terhadap laba perusahaan.

Pada keputusan yang hanya mengakibatkan perubahan biaya, maka keputusan yang paling menguntungkan adalah keputusan yang mengakibatkan biaya yang paling rendah. Untuk mengetahui biaya yang paling rendah dari berbagai alternatif maka dalam proses pengambilan keputusan adalah membandingkan biaya dari berbagai alternatif. Karena biaya merupakan faktor yang penting, bahkan boleh dikatakan sebagai faktor kunci dalam pengambilan keputusan, akuntan manajemen harus menyajikan informasi biaya yang relevan dengan keputusan yang akan diambil oleh manajer. Masalahnya adalah bahwa berapa biaya relevan yang berhubungan dengan suatu alternatif? Tidak ada aturan umum untuk membedakan antara biaya relevan

atau biaya tidak relevan terhadap suatu keputusan. Relevansi biaya terhadap suatu keputusan tergantung keadaan atau kondisi saat diambilnya keputusan.

Walaupun tidak ada aturan umum untuk membedakan antara biaya relevan dengan biaya tidak relevan terhadap suatu keputusan, namun dapat dikatakan biaya relevan : Sebagai informasi yang akan mempengaruhi atau mengubah hasil dari suatu proses pengambilan keputusan (Munawir, 2002:498).

Biaya yang berbeda antara alternatif yang satu dengan alternatif yang lain, dan relevan tidaknya suatu biaya tergantung pada keputusan yang akan diambil. Mungkin suatu jenis biaya merupakan biaya relevan dalam suatu keputusan tetapi tidak relevan didalam keputusan yang lain. Biaya relevan juga seperangkat keadaan yang satu dengan seperangkat keadaan yang lain. Biaya relevan merupakan semua biaya yang akan mempengaruhi suatu pengambilan keputusan dan karena itu harus dipertimbangkan di dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian biaya relevan mempunyai dua ciri atau karakteristik yaitu:

- a. Biaya tersebut akan terjadi dengan diambilnya suatu alternatif sehingga merupakan biaya masa yang akan datang (*future cost*).
- b. Biaya tersebut harus berbeda diantara berbagai alternatif yang ada.

Dalam membuat keputusan, manajer membandingkan alternatif-alternatif yang ada di hadapannya. Setiap alternatif sudah barang tentu mengandung biaya-biaya yang perlu dibandingkan dengan biaya-biaya alternatif lainnya. Biaya diferensial (*differential cost*) yang sering pula disebut sebagai biaya inkremental (*incremental cost*) adalah perbedaan jumlah biaya di antara dua alternatif. ” Biaya

relevan adalah biaya yang patut dipertimbangkan untuk suatu pengambilan keputusan. Biaya dikatakan tidak relevan bila biaya tersebut jumlahnya sama pada pilihan yang berbeda (Sunarto, 2004:4).”

Biaya apa yang relevan dalam suatu keputusan ? Jawabnya adalah semua biaya yang dapat dihindarkan (*avoidable cost*) dalam suatu keputusan. Pada prinsipnya semua biaya dapat dihindarkan, kecuali biaya tenggelam (*sunk cost*) atau biaya masa lalu, dan biaya akan datang yang tidak berbeda dalam beberapa alternatif.

Untuk mengidentifikasi bahwa biaya tersebut relevan atau tidak dalam suatu keputusan, maka pendekatan manajer dalam menganalisis biaya perlu melakukan langkah-langkah menurut Samryn (2006 : 281) sebagai berikut:

1. Kumpulkan semua biaya yang akan terjadi yang berkaitan dengan tiap alternatif yang akan dipertimbangkan.
2. Eliminasi biaya-biaya yang merupakan biaya tenggelam
3. Eliminasi biaya-biaya yang tidak berbeda di antara berbagai alternatif
4. Buat keputusan berdasarkan biaya yang tersisa. Biaya biaya ini ini akan menjadi biaya relevan atau biaya terhindarkan, oleh karena itu relevan dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan yang akan diambil.

Istilah biaya relevan seringkali disamakan dengan biaya diferensial. Hal ini tidak benar. Istilah relevan mempunyai pengertian berhubungan dengan sesuatu. Suatu biaya disebut biaya relevan jika biaya tersebut berhubungan dengan tujuan perekrasan biaya tersebut. Jika manajemen bermaksud mengetahui kos produk

yang diproduksi dalam bulan tertentu, maka ia mengumpulkan biaya produksi sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk produksi dalam bulan yang bersangkutan. Biaya produksi sesungguhnya tersebut merupakan biaya relevan karena sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai oleh pengumpulan informasi tersebut. Menurut definisinya, biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang dinilai dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian tidak ada satupun biaya yang tidak relevan, karena setiap biaya memang direkayasa untuk memenuhi tujuan tertentu.

Dalam pemilihan alternatif, hanya biaya yang relevan saja yang harus dipertimbangkan. Adapun definisi biaya relevan menurut Ahmad (2007:119) yaitu: ” Biaya relevan dimaksud adalah semua biaya yang akan terjadi sehingga biaya dan pendapatan pada masa datang, kecuali *Unavoidable Cost*, yaitu meliputi: *sunk cost* dan biaya yang tidak berbeda ”.

Seluruh keputusan berhubungan dengan masa yang akan datang, oleh karena itu, hanya biaya masa mendatang saja yang relevan bagi sebuah keputusan. Untuk dapat disebut relevan, sebuah biaya tidak hanya berhubungan dengan masa yang akan datang, namun juga biaya tersebut harus berbeda dari satu alternatif lain. Jika biaya masa mendatang jumlahnya sama besar pada berbagai alternatif, maka biaya tersebut tidak memiliki akibat pada keputusan. Biaya jenis ini dikenal dengan istilah biaya tidak relevan (*irrelevant cost*).

2.4 Manfaat Penggunaan Biaya Relevan

Dalam pengambilan keputusan yang hanya menyangkut dua macam alternatif, alternatif pertama diperlakukan sebagai status quo, sedangkan alternatif yang lain adalah sebagai usulan. Alternatif usulan mempunyai biaya diferensial yang lebih rendah dibanding dengan biaya diferensial alternatif status quo, maka alternatif usulan dapat diterima dengan anggapan informasi non kuantitatif tidak berlawanan dengan manfaat penghematan biaya tersebut. Contoh keputusan yang memerlukan biaya diferensial adalah perubahan metode, perencanaan kegiatan, membuat atau membeli dan kuantitas yang dipesan. Contoh keputusan yang memerlukan informasi baik biaya relevan maupun pendapatan relevan adalah analisis penawaran/permintaan/harga, penetapan harga kontribusi, penghentian produksi suatu produk, penambahan jasa, penjualan atau pengolahan lebih lanjut, pemilihan berbagai taktik pemasaran.

Pada prinsipnya semua biaya dapat dihindarkan, kecuali biaya tenggelam (*sunk cost*) atau biaya masa lalu, dan biaya yang akan datang yang tidak berbeda dalam beberapa alternatif. Biaya tenggelam adalah biaya yang terjadi pada masa lalu (*historical cost*) yang tak dapat dihindarkan oleh manajer dengan tindakan apapun. Oleh karena itu biaya tenggelam atau biaya masa lalu tidak relevan untuk masa yang akan datang dan tak perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

Mengambil keputusan yang bersifat taktis atau bersifat jangka pendek merupakan pekerjaan utama yang dilakukan manajemen setiap waktu. Pekerjaan ini dilakukan dalam setiap tahap operasi perusahaan baik dibidang perencanaan maupun

pengendalian. Pengambilan keputusan dapat menyangkut tentang berapa produk yang harus dijual perusahaan, bagaimana menetapkan harga jual produk perusahaan yang pantas dan dapat bersaing, berapa kapasitas produksi yang harus digunakan dan berapa banyak sumber daya yang perlu dikorbankan untuk mendukung produksi tersebut dan bagaimana distribusi barang tersebut agar sampai ditangan konsumen dengan tepat waktu. Kesulitan yang dihadapi manajemen adalah adanya berbagai alternatif yang dapat dilakukan dengan sejumlah kekurangan atau kelebihan yang ada pada setiap alternatif. Manajemen boleh jadi dihadapkan pada alternatif yang sama-sama benar atau bahkan sama-sama salah.

Dalam setiap pengambilan keputusan yang bersifat taktis, faktor biaya dan manfaat seringkali menjadi faktor penentu untuk memutuskan apakah suatu alternatif akan dijalankan atau tidak. Biaya dan manfaat suatu alternatif harus saling dibandingkan dengan biaya atau manfaat alternatif lain. Dalam hubungan ini, akan lebih difokuskan pada biaya yang relevan yang perlu dipertimbangkan dalam memutuskan alternatif yang terbaik bagi manajemen. Faktor manfaat atau pendapatan bukannya tidak penting, akan tetapi faktor biaya seharusnya didahulukan dan relatif lebih mungkin disiasati oleh manajemen daripada faktor pendapatan. Jika perusahaan dapat menghasilkan produk atau jasa dengan waktu yang tepat, biaya yang murah dan kualitas yang bersaing, masalah pendapatan tentu akan datang dengan sendirinya.

Mengambil keputusan yang bersifat taktis dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk memilih alternatif yang terbaik dari berbagai alternatif yang ada dengan tujuan yang bersifat jangka pendek atau sasaran yang bersifat antara (bukan sasaran tembak

yang sebenarnya). Menerima pesanan khusus dengan harga di bawah normal untuk memanfaatkan kapasitas menganggur agar laba perusahaan meningkat tahun ini merupakan salah satu contoh keputusan yang bersifat taktis. Keputusan yang bersifat taktis walaupun bersifat jangka pendek, tetapi harus disadari bahwa keputusan tersebut mempunyai konsekuensi yang bersifat jangka panjang. Membeli *spare part* dari luar boleh jadi menurunkan biaya perusahaan, tapi untuk jangka panjang dapat membawa konsekuensi ketergantungan perusahaan pada supplier.

Biaya relevan digunakan dalam pembuatan keputusan taktis (Hansen dan Mowen, 2000:505).

Namun dalam membuat keputusan ini, pembuat keputusan harus selalu menjaga keputusan didalam kerangka etis. Sayangnya, banyak manajer mempunyai pandangan kebalikannya. Sebagai alasan untuk masalah ini adalah tekanan yang besar untuk melakukan yang banyak dirasakan para manajer. Sering individual yang bukan pelaksana puncak mungkin merasa dapat diberhentikan atau diturunkan. Dalam kondisi seperti ini, godaan sering besar untuk terlibat dalam perilaku yang dapat dipertanyakan.

2.5 Aplikasi Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan

Ada sejumlah contoh untuk menjelaskan penggunaan biaya relevan dalam pengambilan keputusan yang bersifat taktis seperti membuat atau membeli komponen dari luar, melanjutkan atau meneruskan suatu segmen atau produk, menerima pesanan khusus di bawah harga normal, memproses produk bersama lebih lanjut atau menjualnya pada saat pemisahan dan sebagainya.

Menurut Hariadi (2002:564) aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Keputusan membuat atau membeli
2. Biaya kesempatan
3. Keputusan meneruskan atau menghentikan
4. Keputusan meneruskan atau menghentikan dengan akibat saling berkait.
5. Harga jual khusus.

Untuk lebih jelasnya maka akan diuraikan di bawah ini:

1. Keputusan membuat atau membeli

Para manajer di perusahaan sering dihadapkan pada keputusan untuk membuat sendiri atau membeli dari luar salah satu komponen bahan baku atau penolong produksi. Dalam proses produksi yang kompleks seperti sekarang ini, sebuah proses produksi dari hulu ke hilir. Di samping faktor ekonomis juga boleh jadi masalah kecepatan waktu penyelesaian dan faktor nonteknis lainnya seringkali menjadi pertimbangan bagi seorang produsen dalam upaya memuaskan konsumen. Perusahaan otomotif dan komputer merupakan contoh produsen yang hampir semua sparepartnya merupakan kontribusi dari pabrik-pabrik kecil yang terintegrasi secara vertikal atau horizontal.

2. Biaya kesempatan

Jika fasilitas yang digunakan untuk memproduksi komponen listrik menganggur, maka perusahaan seharusnya melanjutkan usahanya sendiri dalam memproduksi komponen dan tawaran supplier ditolak. Namun jika fasilitas yang

mengganggu tersebut dapat digunakan untuk memproduksi komponen lain yang menguntungkan, maka dapat dikatakan bahwa ruangan tersebut mempunyai biaya kesempatan yang harus dipertimbangkan dalam memutuskan menolak atau menerima tawaran supplier.

Biaya kesempatan merupakan biaya yang tidak dicatat dalam perusahaan dan tidak mencerminkan pengeluaran kas yang sesungguhnya. Biaya ini lebih menjelaskan tentang manfaat ekonomis yang hilang karena memilih kesempatan yang lain.

3. Keputusan Meneruskan atau Menghentikan

Manajemen sering dihadapkan pada pilihan yang sulit untuk menutup atau tetap meneruskan suatu segmen tertentu yang dianggap mengalami kerugian. Pilihan yang sulit ini timbul karena boleh jadi dengan adanya penutupan usaha, perusahaan terpaksa harus memberhentikan karyawannya atau dengan penutupan usaha dapat pula mempengaruhi usaha lain yang masih menguntungkan. Laporan segmen atas dasar variabel costing sangat bermanfaat memberikan informasi yang tepat untuk menutup atau meneruskan suatu usaha perusahaan. Kontribusi margin dan laba per segmen merupakan dua hal penting yang menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan ini, di samping faktor-faktor kualitatif yang perlu juga mendapat perhatian.

4. Keputusan Meneruskan atau Menghentikan Dengan Akibat Saling Berkait.

Keputusan menutup produk penghapus dapat saja dibatalkan jika menurut bagian pemasaran, penutupan tersebut akan mempengaruhi omset penjualan potlot

dan ballpoint misalnya masing-masing turun 10 % oleh karena banyak pembeli yang membeli dalam satu paket sehingga jika penghapus tersebut tidak diproduksi lagi maka sebagian pembeli potlot dan ballpoint akan mengalihkan pembeliannya pada pabrik lain yang menjual dalam satu kesatuan.

5. Harga jual khusus

Dalam menentukan harga jual pada konsumen, biasanya ada suatu aturan main yang harus diikuti yaitu tidak boleh ada diskriminasi harga untuk produk tertentu pada sejumlah konsumen yang saling bersaing dalam pasar yang sama. Tetapi, aturan ini tentu tidak berlaku jika diterapkan pada konsumen yang tidak saling bersaing satu sama lain dan perusahaan dapat menetapkan harga penawaran yang berbeda-beda untuk berbagai konsumen pada pasar yang sama. Harga jual khusus ini sebenarnya diterapkan pada konsumen yang berani menawar dengan harga di bawah normal dan dengan syarat tertentu serta perlu dipertimbangkan jika kapasitas produksi perusahaan belum maksimum.

Analisis biaya relevan dapat memberikan manfaat dalam penyelesaian berbagai macam persoalan manajerial. Jenis persoalan atau keputusan yang biasanya memperoleh dukungan dari informasi biaya relevan ini adalah keputusan untuk membuat sendiri atau membeli sebuah komponen, tetap membuat atau menghentikan sebuah lini produk, menerima atau menolak pesanan khusus dengan harga lebih rendah dari harga reguler, mengolah lebih lanjut produk bersama atau menjualnya pada titik pemisahan produk.

Menurut Krismiaji (2002:245) bahwa kadang-kadang perusahaan perlu melakukan diskriminasi harga untuk memperoleh keuntungan maksimum atau untuk menekan kerugian. Namun kebijakan ini hanya dilakukan pada kondisi khusus, yaitu jika perusahaan memiliki kapasitas menganggur, maka perusahaan dalam kondisi yang tidak optimal, karena perusahaan mengeluarkan biaya tetap dalam jumlah banyak, sementara perolehan pendapatannya tidak proposional dengan biaya tetap tersebut. Untuk mengurangi kerugian ini, perusahaan dapat memanfaatkannya dengan menerima pesanan khusus. Dengan kata lain, pesanan khusus biasanya diterima untuk memanfaatkan fasilitas yang masih menganggur. Selain itu, perusahaan hanya melayani pesanan khusus ini untuk para pelanggan tertentu saja karena harga yang ditetapkan untuk pesanan khusus ini biasanya di bawah harga pasar. Jika pesanan ini tidak dibatasi, maka kebijakan diskriminasi harga ini justru akan merusak pasar reguler.

Syarat yang harus dipenuhi agar suatu pesanan khusus dapat diterima, menurut Supriyono (2002:311) adalah:

1. Kapasitas produksi perusahaan masih ada yang menganggur.
2. Adanya pemisahan pasar antara penjualan biasa dengan penjualan untuk melayani pesanan khusus.

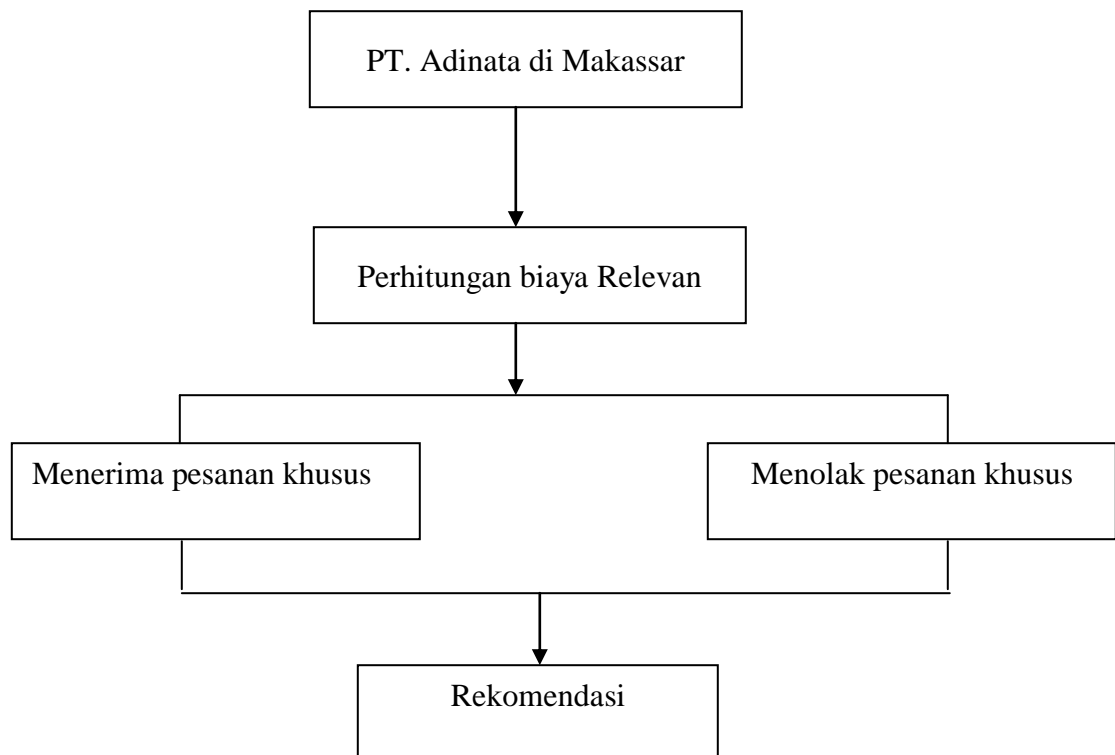
Pemanfaatan kapasitas menganggur dengan memenuhi pesanan khusus mengakibatkan peningkatan biaya variabel, sementara biaya tetap tidak ikut terpengaruh atau tidak berubah oleh keputusan menerima atau menolak keputusan khusus tersebut, sedangkan yang dimaksud dengan pemisahan pasar adalah

pemisahan antara penjualan biasa dengan penjualan untuk memenuhi pesanan khusus. Adapun tujuan dari pemisahan ini agar harga jual dalam penjualan normal tidak rusak atau turun akibat harga jual pesanan khusus yang lebih rendah.

2.6 Kerangka Pikir

Alur pikir yang disusun berdasarkan sistematika, analisis dan alat analisis yang digunakan dalam memecahkan masalah dengan memformulasikan pada bagan rerangka pikir:

Skema 1. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pabrik Kecap Adinata, yakni suatu perusahaan yang aktivitas usahanya bergerak di bidang produksi kecap berlokasi di Jalan Dato Gappa No. 16. Pemilihan obyek penelitian ini dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian berada di Kota Makassar dimana penulis menetap sehingga waktu dapat dimanfaatkan seefisien mungkin. Sedangkan waktu yang digunakan selama penelitian kurang lebih satu bulan mulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2011.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yang meliputi:
 - 1) Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian, tepatnya pada perusahaan PT. Adinata di Makassar.
 - 2) Interview, yaitu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara atau tatap muka secara langsung dengan pimpinan perusahaan dan staf personil yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas.

- 3) Dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas.

b. Tinjauan Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu bentuk pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur, karya-karya ilmiah serta bacaan-bacaan lain yang berkaitan dengan penulisan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang dikemukakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

- a. Data kuantitatif, berupa data yang berhubungan dengan penerapan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus seperti harga jual, jumlah produksi kecap, pendapatan perusahaan serta data lainnya yang dapat menunjang pokok pembahasan ini skripsi.
- b. Data kualitatif, berupa sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, proses produksi dan informasi lainnya yang relevan dengan penulisan ini.

Selanjutnya jenis data yang dikemukakan adalah:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan pimpinan dan karyawan perusahaan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh berupa formulir, dan dokumen lain yang berhubungan dengan masalah yang dibahas serta literatur yang dibaca dan dijadikan acuan oleh penulis.

3.4 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam pembahasan skripsi ini adalah:

1. Analisis pemisahan biaya semi variabel kedalam biaya tetap dan biaya variabel, dengan menggunakan metode regresi kuadrat terkecil (*least square regression method*) sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009:237) dengan rumus:

$$Y = a + b (X)$$

Di mana :

Y = Total biaya semi variabel

X = Tingkat Aktivitas (variabel bebas)

a = Total biaya tetap

b = Total Biaya variabel per unit aktivitas

Untuk menentukan parameter a dan b dapat digunakan persamaan sebagai berikut:

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

2. Analisis pemilihan Alternatif relevan Cost dengan pesanan khusus dan tanpa pesanan khusus, dimana variabel yang digunakan adalah *contribution margin*, dengan rumus Sugiri (2006 : 106) :

Penjualan	XXX
Biaya Variabel	<u>XXX</u>
Marjin Kontribusi	XXX
Biaya Tetap	<u>XXX</u>
Laba bersih sebelum pajak	XXX

Kriteria dalam pengambilan keputusan menurut (Supriyono 2005 : 264)

Jika :	maka :
Pendapatan relevan per unit > Pesanan khusus	Biaya relevan per unit pesanan khusus < pesanan khusus diterima
Pendapatan relevan perunit < Pesanan khusus	Biaya relevan per unit pesanan khusus > pesanan khusus ditolak

3.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini penulis akan memberikan rencana sistematika kedalam enam bab dapat dilihat melalui uraian dibawah ini:

Bab Pertama adalah merupakan bab pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian

Bab Kedua tinjauan pustaka yang berisikan pengertian biaya, perilaku biaya, pengertian biaya relevan, manfaat penggunaan biaya relevan, aplikasi biaya relevan dalam pengambilan keputusan, kerangka pikir.

Bab Ketiga adalah metode penelitian yang berisikan lokasi penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis, dan sistematika penulisan.

Bab Keempat adalah merupakan gambaran umum perusahaan yang berisikan sejarah singkat berdirinya PT. Adinata, struktur organisasi PT. Adinata, tugas dan tanggungjawab, proses produksi.

Bab Kelima adalah analisis dan pembahasan yang berisikan klasifikasi biaya produksi, analisis biaya relevan dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.

Bab Keenam adalah merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT. Adinata

Perusahaan Kecap Adinata adalah perusahaan yang dulunya bernama Perusahaan Kecap Timor yang terletak di Jalan Timor No. 12 dan pada tahun 2006 pindah di Jl. Dato Gappa No. 16. Perusahaan kecap dan saus ini merupakan suatu perusahaan yang memproduksi kecap dan saus, di mana perusahaan ini berbentuk perorangan yang didirikan pada tahun 1973 oleh Tuan Yeklis Tjouwardi yang selanjutnya kepemimpinan perusahaan saat ini dilanjutkan oleh putranya yakni Bapak Ir. Jerri Tjouwardi hingga sekarang.

Ide untuk mendirikan perusahaan ini timbul dari pengalamannya dan pengetahuannya pada saat bekerja pada salah satu pabrik kecap di Makassar, di mana pabrik tersebut beliau bekerja cukup lama di bagian produksi dan telah menguasai teknik pembuatan kecap atau produksi kecap dengan baik. Berdasarkan pengalaman tersebut disertai dengan jiwa wiraswasta yang dimilikinya dorongan keluarga maka didirikan pabrik kecap yang bernama “Pabrik kecap Timor”.

Pada awal mulanya yakni pada tahun 1973, Tuan Yeklis Tjouwardi mulai memproduksi kecap manis secara kecil-kecilan yakni tiga sampai empat lusin sehari. keadaan ini berlangsung kurang lebih enam tahun. kemudian pada tahun 1979, usaha ini mendapat bantuan dari Bank Negara Indonesia (BNI) yang berupa kredit. Dengan

bantuan kredit tersebut, perusahaan ini mulai berkembang dan dapat berproduksi lebih banyak lagi dan mampu menggunakan tenaga produksi lebih banyak yaitu 15 orang. Kredit yang diberikan tersebut berhasil dilunasi pada tahun 1989.

Demikian perusahaan ini terus berkembang sampai pada tahun 1990, perusahaan ini mengganti nama menjadi Perusahaan Pabrik Kecap Adinata. Dengan semakin berkembangnya perusahaan ini maka sampai saat ini produk yang dihasilkan perusahaan (kecap dan saus) cukup terkenal dan laris di pasaran.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut di atas, maka perusahaan Kecap Adinata mendirikan pabrik baru di daerah Sungguminasa, Kabupaten Gowa. Pertimbangan atas pemilihan lokasi di daerah Sungguminasa adalah karena sebagian besar bahan baku diperoleh di pasar Sungguminasa dan juga karena produk kecap dan saus banyak dipasarkan di daerah Sungguminasa. Sementara faktor infrastruktur antara lain listrik, air, dan telephone dinilai cukup baik dan dapat menunjang kegiatan operasi perusahaan. Pertimbangan lainnya yang merupakan salah satu penyebab didirikan pabrik baru di daerah Sungguminasa adalah karena letak pabrik sekarang yang berada di jalan Timor sudah tidak memungkinkan lagi dilakukan perluasan pabrik. Selain itu juga faktor-faktor perkembangan kota tidak memungkinkan lagi berdiri pabrik di dalam kota.

Adapun dalam akte dan surat izin yang dimiliki perusahaan, tercatat bahwa pemilik perusahaan sekaligus pimpinan adalah Bapak Yeklis Tjouwardi. Karena Bapak Yeklis Tjouwardi telah meninggal dunia, maka yang menjadi pimpinan sekarang adalah anaknya yaitu Bapak Ir. Jerri Tjouwardi.

Mengenai surat perizinan yang dimiliki perusahaan sekarang adalah Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dengan nomor 2586/C/V/C/Prek/95 tahun 1995, Surat Izin Industri Kecil dengan nomor 53/KMUP/IK. 31134/XI/1991, dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 75/172/2023/PM/III/1992.

Namun pada tanggal 14 Juli 2008 berubah menjadi PT. Adinata dengan No. AHU-40861.AH.01.01 tahun 2008.

4.2 Struktur Organisasi PT. Adinata

Untuk mencapai tujuan perusahaan perlu adanya suatu struktur organisasi yang menunjang segala aktivitas perusahaan. Struktur organisasi yang baik dan tepat jika di dalamnya terdapat pembagian tugas dan wewenang yang jelas.

Perusahaan merupakan suatu sistem yang terpadu, yang mana suatu bagian dengan bagian yang lain saling berkaitan. Dalam hal ini dituntut adanya tanggung jawab yang jelas agar setiap karyawan mengetahui tugas dan tujuannya masing-masing yang pada akhirnya dapat menjadi motivasi bagi mereka untuk lebih giat, dinamis dan kreatif serta dapat menimbulkan rasa kebersamaan dalam bekerja.

Dengan adanya struktur organisasi yang jelas dan tepat maka kegiatan organisasi atau perusahaan dapat terencana dan terlaksana dengan baik, dan juga karyawan dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan bagian masing-masing.

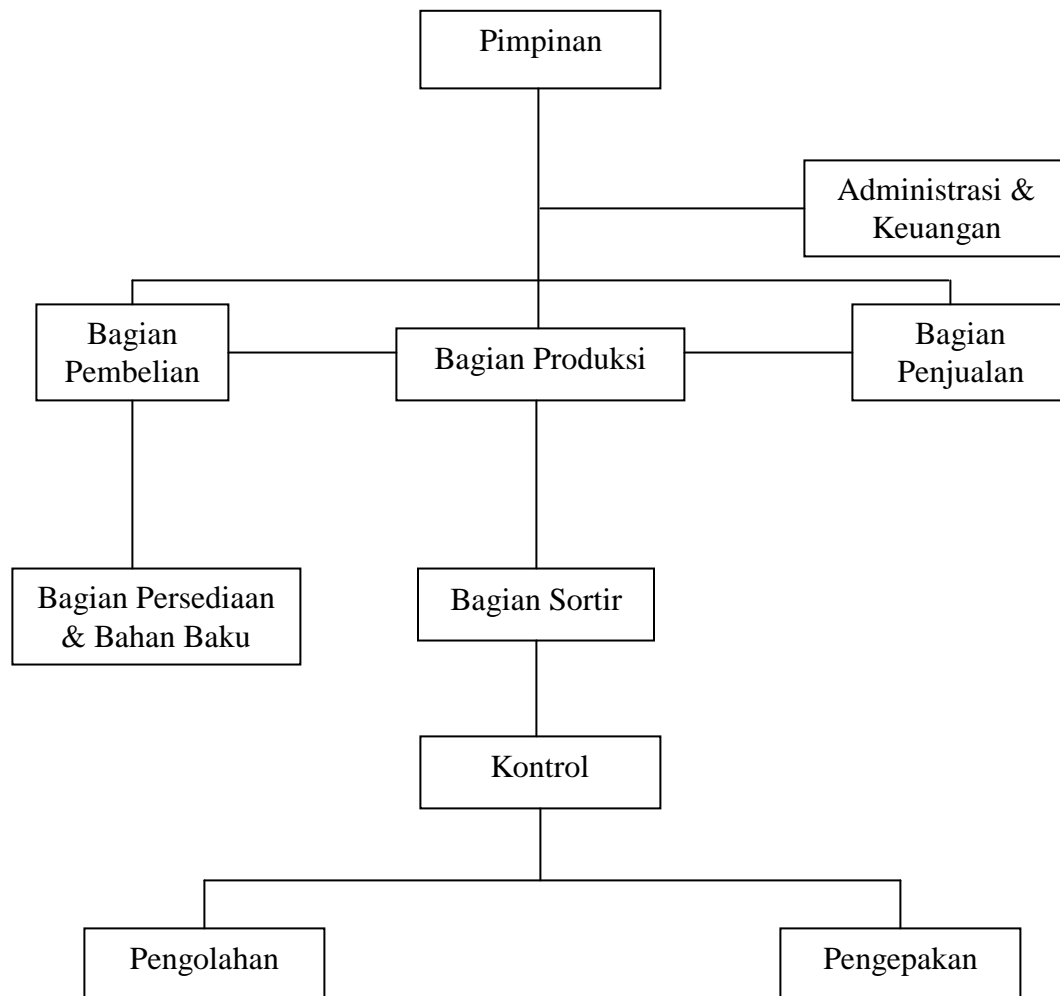
Sebaliknya tanpa adanya struktur organisasi yang rapi dan tepat, maka akan menyebabkan terjadinya kesimpangsiuran dalam melaksanakan tugas dari masing-

masing karyawan dan semuanya ini akan menghambat kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Struktur organisasi merinci pembagian aktivitas kerja dan menunjukkan bagian berbagai tingkatan aktivitas berkaitan satu sama lain, sampai pada tingkat tertentu. Struktur organisasi juga menunjukkan tingkat spesialisasi dari aktivitas.

Struktur organisasi perusahaan PT. Adinata dapat dilihat pada skema sebagai berikut:

SKEMA II
STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN
PT. ADINATA DI MAKASSAR



Sumber : PT. Adinata di Makassar

4.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Adapun tugas dan tanggung jawab dalam struktur organisasi pabrik kecap "Adinata" dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pimpinan

Pimpinan perusahaan bertanggung jawab penuh atau segala kegiatan perusahaan, baik kegiatan ke dalam (menyangkut urusan keuangan, pembelian, produksi, penjualan, dll) maupun kegiatan keluar (menyangkut urusan perizinan dan urusan lain yang berhubungan dengan pemerintah).

2. Administrasi Dan keuangan

Bagian administrasi bertugas mencatat, membukukan serta mengarsipkan semua transaksi penerimaan maupun pengeluaran, melakukan pembayaran dan mempertanggung jawabkannya kepada pimpinan perusahaan.

3. Bagian Pembelian

Bagian ini bertugas melakukan pembelian dan pengadaan persediaan serta melakukan pemilihan (sortir) terhadap bahan-bahan yang akan digunakan oleh bagian produksi. Bagian ini juga bertanggung jawab atas bagian stock dan bagian sortir.

4. Bagian Sortir

Bagian ini bertugas melakukan pengadaan dan melakukan pemilihan bahan.

5. Bagian produksi

Bagian produksi berfungsi mengolah bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi kecap, setelah menerima bahan tersebut dari bagian pembelian. Bagian ini bertugas melaksanakan pengolahan bahan baku mulai dari awal sampai produk tersebut dinyatakan layak untuk dipasarkan. Bagian produksi

bertanggung jawab penuh atas pengadaan barang jadi dan membawahi bagian pengawasan produksi yaitu bagian pengolahan dan bagian pengepakan.

6. Bagian penjualan

Bagian ini bertugas memasarkan produk yang telah dihasilkan yang dalam hal ini adalah produk kecap manis dan memberikan laporan kepada pimpinan perusahaan.

4.4 Proses Produksi

Proses produksi mempunyai peranan yang sangat penting bagi suatu perusahaan industri yang mengelola bahan mentah menjadi bahan jadi. produksi dalam hal ini adalah dapat diartikan sebagai suatu proses kegiatan untuk mendayagunakan bahan baku menjadi barang jadi atau barang setengah jadi yang dapat dimanfaatkan dan kemudian didistribusikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan serta lembaga-lembaga distribusi yang ada atau secara sederhana dapat dikatakan bahwa produksi itu merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manusia. atau mesin untuk menambah kegunaan suatu barang atau jasa.

Sebelum penulis mengemukakan cara pembuatan kecap manis, terlebih dahulu dijelaskan mengenai bahan-bahan dan peralatan yang digunakan untuk proses produksi.

1. Bahan Baku

Adapun bahan-bahan yang digunakan untuk memproduksi kecap pada perusahaan kecap Adinata, adalah sebagai berikut :

a. Kacang Kedelai

Kacang kedelai merupakan bahan yang paling utama dalam pembuatan kecap.

Bahan ini banyak mengandung vitamin, zat lemak dan protein.

b. Gula Merah (gula aren)

Gula merah adalah bahan pemanis yang mengandung glukosa untuk menguatkan tubuh.

c. Tepung terigu

Bahan ini banyak mengandung protein dan kalori.

d. Gula Tetes

Gula tetes digunakan untuk menambah warna, yaitu warna kebiru-biruan.

e. Renyah (rempah-rempah)

Bahan ini digunakan sebagai penyedap pada kecap.

f. Garam

Bahan ini berfungsi menghilangkan rasa tawar pada kecap.

2. Peralatan

Peralatan yang digunakan untuk memproduksi kecap, antara lain :

a. Tampi atau nyiru

Alat ini dilakukan untuk melakukan pemilihan dan pembersihan bahan kacang kedelai sebelum diproses.

b. Ember

Ember digunakan untuk mencuci atau membersihkan kacang kedelai yang telah ditampi dan dinyatakan layak untuk diolah.

c. Waskom

Waskom digunakan untuk menampung kacang kedelai yang telah dicuci dan diserahkan pada bagian pemasak.

d. Kual

Kual digunakan untuk memasak kacang kedelai yang sudah ditampung dalam waskom tadi.

e. Bak (terbuat dari tembok)

Bak ini digunakan sebagai tempat merendam kacang kedelai yang sudah dimasak bersama bahan-bahan lainnya.

f. Saringan halus

Saringan halus ini terbuat dari karung terigu, dan digunakan untuk memisahkan ampas dan cairan kacang kedelai yang telah dicampur dengan rempah-rempah lain.

g. Ketel

Alat ini terbuat dari aluminium atau nikel yang digunakan untuk memasak kembali cairan yang telah disaring.

h. Alat ukur

Alat ukur ini dipergunakan untuk perbandingan bahan yang satu dengan yang lainnya.

i. Tangki

Alat ini terbuat dari plat besi yang berbentuk tabung dan bagian bawah dari alat ini dipasang kran semi otomatis. Kran inilah yang digunakan untuk

pengisian kecap ke dalam botol. Jadi tangki ini berfungsi sebagai tempat penampungan cairan yang telah dimasak sekaligus sebagai tempat pencampuran terakhir, sebelum kecap dimasukkan ke botol.

Semua peralatan yang diuraikan di atas, terlebih dahulu dibersihkan sebelum digunakan. Dan satu hal lagi yang tidak dilupakan oleh perusahaan adalah mengusahakan agar vitamin yang terkandung dalam bahan baku tidak sampai berkurang atau bahkan hilang selama proses produksi berlangsung.

Dengan menggunakan bahan-bahan dan peralatan-peralatan yang telah di jelaskan di atas maka proses produksi perusahaan kecap Adinata dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Pemasak I.

Bahan kacang kedelai yang telah dicuci dalam waskon, dimasak (disangrai) dengan menggunakan wajan pada temperatur tertentu sampai bahan tersebut dinyatakan sudah masak.

2. Tahap Pendinginan

Setelah dimasak, bahan tersebut diberi renyah (rempah-rempah) kemudian didinginkan.

3. Tahap Peragian

Setelah dingin, baru dibiarkan dalam proses peragian (fermentasi) selama satu minggu

4. Tahap Pencampuran

Bahan yang telah melalui proses peragian ini, kemudian dimasukkan ke dalam bak tembok, kemudian dicampur garam lalu direndam.

5. Tahap Perendam dan penyaringan

Setelah perendam dianggap cukup baik, kemudian bahan baku tersebut disaring dan ampasnya dibuang.

6. Tahap Pemasak II

Selanjutnya cairan hasil saringan tersebut dimasukkan ke dalam ketel lalu dimasak kembali dengan gula merah dan terigu.

7. Tahap pengisian

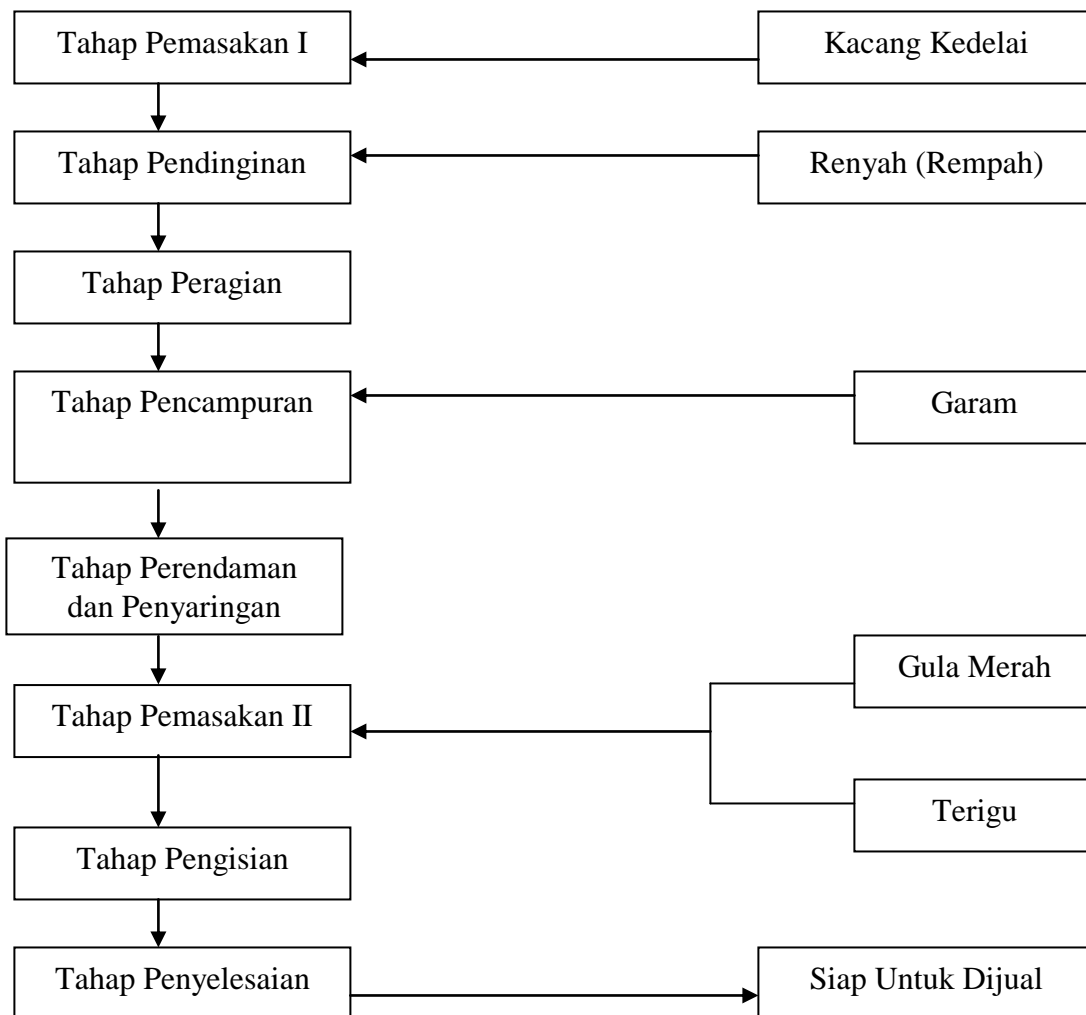
Setelah campuran tersebut sudah masak dan telah menjadi kecap panas, kemudian dimasukkan kedalam tangki penampungannya. Kecap dalam tangki penampungan tersebut lalu dimasukkan kedalam botol.

8. Tahap Penyelesaian.

Proses produksi berakhir setelah pembotolan dan pengepakan selesai dilakukan.

Berikut ini akan dikemukakan skema proses produksi kecap dapat dilihat melalui gambar berikut ini:

SKEMA III
PROSES PRODUKSI KECAP MANIS
PT. ADINATA DI MAKASSAR



Sumber: PT. Adinata di Makassar

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Biaya Relevan

Sehubungan dengan kegiatan produksi kecap yang dilakukan oleh perusahaan, maka yang menjadi titik pokok dalam pembahasan ini adalah analisis biaya relevan pada perusahaan PT. Adinata di Makassar. Dalam upaya untuk memperoleh laba yang optimal dari hasil produksinya, maka pihak manajemen perusahaan perlu mengelola kegiatan produksinya secara efisien dan efektif, khususnya yang berkaitan dengan proses produksi kecap, sehingga dapat dijadikan sebagai alat pengambilan keputusan.

PT. Adinata di Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi kecap. Dalam melakukan pengelolaan produksi kecap, perusahaan perlu melakukan kalkulasi biaya produksi agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam produksi kecap. Namun dalam penelitian ini yang menjadi pokok pembahasan adalah penerapan biaya relevan. Dimana dengan menentukan penerapan biaya relevan maka perusahaan dapat lebih mudah dalam mengambil keputusan apakah pesanan khusus diterima atau ditolak.

Dalam hubungan dengan uraian tersebut diatas, terlebih dahulu akan disajikan data kapasitas produksi kecap khususnya pada PT. Adinata di Makassar yang dapat disajikan melalui tabel 1 yaitu sebagai berikut:

TABEL 1
PT. ADINATA
KAPASITAS PRODUKSI KECAP TAHUN 2010

Bulan	Kapasitas Produksi Normal (Botol) (1)	Kapasitas Sesungguhnya (Botol) (2)	Kapasitas Menganggur (Botol) (1) – (2) = (3)
Januari	51.458	50.608	850
Pebruari	51.775	50.919	856
Maret	51.140	50.312	828
April	51.122	50.312	810
Mei	52.928	52.114	814
Juni	55.025	54.210	815
Juli	51.125	50.313	812
Agustus	51.030	50.215	815
September	51.130	50.310	820
Oktober	51.036	50.218	818
Nopember	51.147	50.319	828
Desember	51.152	50.218	934
Jumlah	620.068	610.068	10.000

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Sebagaimana yang dikemukakan pada tabel tersebut di atas, menunjukkan bahwa kapasitas produksi normal kecap dalam tahun 2010 adalah sebesar 620.068 botol, sedangkan kapasitas sesungguhnya sebesar 610.068 botol, sehingga terdapat kapasitas menganggur (*idle capasitas*) sebesar 10.000 botol atau sebesar 1,61%. Sehingga akibat dari adanya kapasitas menganggur sebesar 10.000 botol atau sebesar 1,61% yang dapat dijadikan sebagai pesanan khusus.

Kemudian dalam melakukan pesanan khusus maka diperoleh data tambahan yaitu:

1. PT. Adinata menerima pesanan khusus dari UD. Jaya Abadi pada bulan Januari 2010 sebesar 850 botol dengan harga Rp. 3.750,-
2. PT. Adinata menerima pesanan khusus dari Toko Riva pada bulan Maret 2010 sebesar 828 botol dan bulan November tahun 2010 sebesar 828 botol dengan harga jual sebesar Rp. 2.500,-

Dari data tersebut di atas, maka besarnya biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi kecap selama tahun 2010 adalah sebagai berikut:

a. Kedelai

Untuk memproduksi 1 botol kecap menurut bagian produksi pada perusahaan PT. Adinata, maka dibutuhkan kacang kedelai sebanyak 0,08 kg, sehingga dalam memproduksi kecap sebanyak 610.068 botol maka dibutuhkan kacang kedelai sebanyak 48.805,44 kg ($0,08 \text{ kg} \times 610.068 \text{ botol}$). Dengan demikian maka besarnya pembelian kacang kedelai adalah $48.805,44 \text{ kg} \times \text{Rp.}7.500 = \text{Rp.}366.040.800,-$

b. Gula merah

Dalam melakukan produksi kecap pada perusahaan PT. Adinata, maka dibutuhkan gula merah sebanyak 0,05 kg untuk 1 botol kecap, sehingga untuk memproduksi kecap sebesar 610.068 botol, maka dibutuhkan gula merah sebanyak 30.503,40 kg ($610.068 \text{ botol} \times 0,05 \text{ kg}$). Dengan demikian maka

besarnya pembelian gula merah adalah sebesar Rp.244.027.200,- ($30.503,40 \text{ kg} \times \text{Rp.8.000}$)

c. Garam

Untuk memproduksi 1 botol kecap menurut bagian produksi PT. Adinata, maka dibutuhkan garam sebesar 0,010 kg, sehingga dalam memproduksi kecap sebesar 610.068 botol maka dibutuhkan garam sebesar 6.100,68 kg. Dengan demikian maka besarnya pemakaian garam adalah sebesar Rp.3.050.340,- ($6.100,68 \text{ kg} \times \text{Rp.500}$)

d. Rempah

Untuk memproduksi 1 botol kecap menurut bagian produksi PT. Adinata maka membutuhkan rempah sebesar 0,025 kg, sehingga dalam memproduksi kecap sebesar 610.068 botol maka dibutuhkan rempah sebesar 15.251,70 kg. Hal ini berarti bahwa besarnya pembelian rempah sebesar Rp. 22.877.550,- ($15.251,70 \text{ kg} \times \text{Rp.1.500}$)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas maka selanjutnya dapat disajikan biaya bahan baku dalam memproduksi kecap yang dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

TABEL 2
PT. ADINATA
ANGGARAN BIAYA BAHAN BAKU LANGSUNG
TAHUN 2010

No.	Uraian	Jumlah Bahan Baku (Kg)	Harga Beli Per Kg (Rp)	Biaya Bahan Baku Langsung (Rp)
1.	Kacang kedelai	48.805,44	7.500	366.040.800
2.	Gula merah	30.503,40	8.000	244.027.200
3.	Garam	6.100,68	500	3.050.340
4.	Rempah	15.251,70	1.500	22.877.550
				635.995.890

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Kemudian besarnya biaya tenaga kerja langsung dalam proses produksi kecap selama tahun 2010 dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Bagian Pencampuran Bahan Baku

Adapun jumlah jam kerja dalam pencampuran bahan baku dalam memproduksi satu botol kecap menurut perusahaan sebesar 7 jam, sehingga dalam satu tahun melakukan pencampuran bahan baku sebesar 2.100 jam (7 jam x 25 hari x 12 bulan) dengan jumlah tenaga kerja sebesar 7 orang selanjutnya biaya tenaga kerja langsung Rp.51.450.000 (2.100 jam x 7 orang x Rp.3.500).

2) Bagian Pengolahan Bahan Baku

Adapun besarnya jumlah jam kerja langsung dalam memproduksi kecap sebesar 7 jam. Sehingga dalam melakukan pengolahan bahan baku sebesar 610.068 botol

dibutuhkan jam tenaga kerja langsung 7 jam dan setahun 2.100 jam dengan jumlah tenaga kerja sebesar 8 orang. Selanjutnya biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp.63.000.000.

3) Bagian Pengemasan

Adapun besarnya jumlah jam kerja yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam pengemasan barang jadi sebesar 7 jam atau pertahun 2.100 jam, sehingga biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan adalah sebesar Rp.34.125.000,- (2.100 jam x 5 orang x Rp. 3.250)

Dari hasil perhitungan tersebut di atas, untuk lebih jelasnya akan disajikan biaya tenaga kerja langsung yang dapat dilihat melalui tabel 3 berikut ini:

TABEL 3
DATA BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG
DALAM PRODUKSI KECAP TAHUN 2010

No.	Jenis Tenaga Kerja	Jumlah Jam Kerja	Jumlah Tenaga Kerja	Upah Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)
1	Biaya Pencampuran	2.100 jam	7	Rp.3.500	51.450.000
2	Biaya Pengolahan	2.100 jam	8	Rp.3.750	63.000.000
3	Biaya Pengemasan	2.100 jam	5	Rp.3.250	34.125.000
	Jumlah	2.100 jam	20		148.575.000

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Kemudian besarnya biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi kecap selama tahun 2010, dapat ditentukan melalui tabel berikut ini:

TABEL 4
PT. ADINATA
BIAYA OVERHEAD PABRIK KAPASITAS JAM KERJA 2.100 JAM
TAHUN 2010

No	Uraian	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total (Rp)
1.	Bahan penolong	-	156.875.975	156.875.975
2.	Bahan bakar	-	101.650.000	101.650.000
3.	Biaya listrik/telepon	13.081.600	56.780.250	69.861.850
4.	Biaya tenaga kerja tak langsung	49.800.000	-	49.800.000
5.	Biaya umum pabrik lainnya	232.350.000	31.350.000	263.700.000
		295.231.600	346.656.225	641.887.825

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Berkaitan dengan data biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka selanjutnya dapat disajikan data biaya semi variabel yaitu sebagai berikut:

TABEL 5
 BIAYA REPARASI DAN PEMELIHARAAN AKTIVA TETAP
 DALAM PROSES PRODUKSI KECAP PADA PT. ADINATA
 (SEMI VARIABEL) TAHUN 2010

Bulan	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Aktiva Tetap (Rp)
Januari	1.250.000
Pebruari	1.150.000
Maret	1.246.500
April	1.278.350
Mei	1.162.350
Juni	1.216.500
Juli	1.150.000
Agustus	1.100.000
September	1.065.000
Oktober	1.100.000
Nopember	1.150.000
Desember	1.200.000
Jumlah	14.068.700

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Berdasarkan data mengenai biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap, maka dapat dilakukan pemisahan biaya semi variabel ke dalam komponen biaya variabel dan biaya tetap yang dapat ditentukan dengan menggunakan metode kuadrat terkecil yaitu sebagai berikut:

TABEL 6
REGRESI VOLUME PRODUKSI DENGAN BIAYA REPARASI DAN
PEMELIHARAAN AKTIVA TETAP BULAN JANUARI S/D
BULAN DESEMBER TAHUN 2010

Bulan	Volume Produksi (X)	Biaya Pemeliharaan Aktiva Tetap (Y)	X ²	XY
Januari	50.608	1.250.000	2.561.169.664	63.260.000.000
Pebruari	50.919	1.150.000	2.592.744.561	58.556.850.000
Maret	50.312	1.246.500	2.531.297.344	62.713.908.000
April	50.312	1.278.350	2.531.297.344	64.316.345.200
Mei	52.114	1.162.350	2.715.868.996	60.574.707.900
Juni	54.210	1.216.500	2.938.724.100	65.946.465.000
Juli	50.313	1.150.000	2.531.397.969	57.859.950.000
Agustus	50.215	1.100.000	2.521.546.225	55.236.500.000
September	50.310	1.065.000	2.531.096.100	53.580.150.000
Oktober	50.218	1.100.000	2.521.847.524	55.239.800.000
Nopember	50.319	1.150.000	2.532.001.761	57.866.850.000
Desember	50.218	1.200.000	2.521.847.524	60.261.600.000
Jumlah	610.068	14.068.700	31.030.839.112	715.413.126.100

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel mengenai hasil regresi antara volume produksi dengan biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap dari bulan Januari s/d bulan Desember tahun 2010 maka selanjutnya besarnya biaya variabel perbotol (b) dapat ditentukan melalui rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{12 (715.413.126.100) - (610.068) (14.068.700)}{12 (31.030.839.112) - (610.068)^2}$$

$$b = \frac{8.584.957.513.200 - 8.582.863.671.600}{372.370.069.344 - 372.182.964.624}$$

$$b = \frac{2.093.841.600}{187.104.720}$$

$$b = 11,19$$

Sedangkan nilai a dapat ditentukan melalui perhitungan berikut ini:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

$$a = \frac{14.068.700 - 11,19 (610.068)}{12}$$

$$a = \frac{14.068.700 - 6.826.660,92}{12}$$

$$a = \text{Rp.}603.503,256$$

Dengan demikian maka persamaan trend linier adalah:

$$Y = 603.503,256 + 11,19 (X)$$

Kemudian pemisahan biaya semi variabel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Biaya tetap (a)} & = & 7.242.039,08 \\
 603.503,256 \times 12 \text{ bulan} & & \\
 \text{Biaya variabel (b)} & = & 6.826.660,92 \\
 (11,19 \times 610.068) & \text{-----} & (+)
 \end{array}$$

$$\text{Total biaya} = 14.068.700$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, sebelum penentuan biaya relevan yang terlebih dulu akan disajikan kalkulasi biaya produksi yaitu sebagai berikut:

TABEL 7
BESARNYA KALKULASI BIAYA PRODUKSI
TAHUN 2010

Jenis Biaya Produksi	Biaya Produksi	
	Total Biaya	Perbotol
<u>A. Biaya Variabel</u>		
1. Biaya bahan baku langsung	635.995.890	1.042,50
2. Biaya tenaga kerja langsung	148.575.000	243,53
3. Biaya bahan penolong	156.875.975	257,15
4. Biaya bahan baku	101.650.000	166,62
5. Biaya listrik/telepon	56.780.250	93,07
6. Biaya umum pabrik lainnya	31.350.000	51,39
7. Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap	6.826.660,92	11,19
	1.138.053.775,92	1.865,45
B. Biaya Tetap		
1. Biaya listrik/telepon	13.081.600	21,44
2. Biaya tenaga kerja tak langsung	49.800.000	81,63
3. Biaya umum pabrik lainnya	232.350.000	380,86
4. Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap	7.242.039,08	11,87
Total Biaya Tetap	302.473.639,08	495,80
Total Biaya Produksi	1.440.527.415	2.361,25

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Kemudian akan disajikan penentuan biaya relevan yang dapat diuraikan sebagai berikut:

TABEL 8
BIAYA RELEVAN DAN TIDAK RELEVAN UNTUK KEPUTUSAN
MENERIMA ATAU MENOLAK PESANAN KHUSUS
TAHUN 2010

No.	Jenis Biaya	Relevan/Botol	Tidak Relevan (Botol)
1.	Biaya bahan baku langsung	1.042,50	-
2.	Biaya tenaga kerja langsung	243,53	-
3.	Biaya overhead pabrik:		
	- Biaya bahan penolong	257,15	-
	- Biaya bahan bakar	166,62	-
	- Biaya listrik/telepon	93,07	13.081.600
	- Biaya tenaga kerja tak langsung	-	49.800.000
	- Biaya umum pabrik lainnya	51,39	232.350.000
	- Biaya reparasi dan pemeliharaan		
	Aktiva tetap	11,19	7.242.039,08
	Jumlah	1.865,45	302.473.639,08

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Berdasarkan data mengenai produksi kecap pada perusahaan PT. Adinata, menunjukkan bahwa kapasitas produksi kecap yang dihasilkan oleh perusahaan dalam tahun 2010 sebesar 610.068 botol. Harga jual per botol sebesar Rp.4.500,- dan

kapasitas yang tersisa atau menganggur sebesar 10.000 botol. Perusahaan dapat memanfaatkan kapasitas yang menganggur dengan menerima pesanan khusus. Selama tahun 2010 perusahaan menerima pesanan khusus.

5.2 Analisis Biaya Relevan dalam Kapasitas Menerima atau Menolak Pesanan

Khusus

Sebelum dilakukan analisis biaya relevan, terlebih dahulu akan disajikan data penjualan yaitu sebagai berikut :

TABEL 9
VOLUME PENJUALAN KECAP BULAN JANUARI S/D DESEMBER
TAHUN 2010

Bulan	Volume Penjualan Kecap (Botol)
Januari	50.122
Pebruari	50.218
Maret	50.119
April	50.082
Mei	50.211
Juni	50.023
Juli	50.100
Agustus	50.021
September	50.118
Oktober	50.068
Nopember	50.200
Desember	50.119
Jumlah	601.401

Sumber: PT. Adinata di Makassar

Sebagaimana yang dikemukakan pada data tersebut di atas nampak bahwa volume penjualan kecap dalam tahun 2010 sebesar 601.401 botol yang dijual dengan harga per botol sebesar Rp.4.500,- . Dari 10.000 botol kapasitas yang menganggur terdapat sebesar 25,06% pesanan khusus yang diterima, sehingga perusahaan akan memanfaatkan kapasitas yang menganggur dengan menerima pesanan khusus sebagai berikut:

1. PT. Adinata menerima pesanan khusus dari UD. Jaya Abadi pada bulan Januari 2010 sebesar 850 botol dengan harga Rp. 3.750,-
2. PT. Adinata menerima pesanan khusus dari Toko Riva pada bulan Maret 2010 sebesar 828 botol dan bulan November 2010 sebesar 828 botol dengan harga jual Rp. 2.500,-

Dari pernyataan tersebut di atas, maka selanjutnya akan disajikan perhitungan laba rugi dengan variabel costing selama tahun 2010 yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

TABEL 11
PERHITUNGAN LABA RUGI DENGAN VARIABEL COSTING
TAHUN 2010

Hasil Penjualan	Rp. 2.706.304.500
Biaya variabel.....	Rp. 1.138.053.775,92

Contribution Margin.....	Rp. 1.568.250.724,08
Biaya tetap	
- Biaya listrik.....	Rp. 13.081.600
- Biaya tenaga kerja tak langsung	Rp. 49.800.000
- Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap.....	Rp. 7.242.039,08
- Biaya umum pabrik lainnya	Rp.232.350.000

Jumlah biaya tetap.....	Rp. 302.473.639,08
Laba operasi sebelum pajak	Rp.1.265.777.085
	=====
<u>Beban Usaha:</u>	
- Beban penjualan	Rp. 274.168.950
- Beban adm/umum	Rp.509.170.835
Jumlah Beban Usaha	Rp. 783.339.785
Laba Bersih	Rp. 482.437.300
	=====

Sumber: Data diolah dari PT. Adinata di Makassar

Selanjutnya akan disajikan perhitungan laba rugi atas pesanan khusus pada tabel berikut ini:

TABEL 11
KALKULASI PERHITUNGAN LABA RUGI ATAS PESANAN KHUSUS
UD. JAYA ABADI

Pendapatan Relevan

$$850 \times \text{Rp. } 3.750,- = \text{Rp. } 3.187.500,-$$

Biaya Relevan

$$850 \times \text{Rp. } 1.865,45 = \text{Rp. } 1.585.632,50,-$$

$$\text{Laba Relevan} = \text{Rp. } 1.601.867,50,-$$

Sumber : Hasil olahan data

Berdasarkan tabel tersebut di atas, yang menunjukkan bahwa pesanan khusus untuk UD. Jaya agar diterima sebab jumlah pesanan khusus dapat mendatangkan keuntungan sebesar Rp. 1.601.867,50,-

Selanjutnya akan disajikan perhitungan laba rugi atas pesanan khusus yang dapat dilihat melalui tabel 12, yaitu:

TABEL 12
KALKULASI PERHITUNGAN LABA RUGI ATAS PESANAN KHUSUS
TOKO RIVA

Pendapatan Relevan

$$1.656 \text{ botol} \times \text{Rp. } 2.500,- = \text{Rp. } 4.140.000,-$$

Biaya Relevan

$$1.656 \text{ botol} \times \text{Rp. } 1.865,45 = \text{Rp. } 3.092.916,10$$

$$\text{Laba Relevan} = \text{Rp. } 1.047.083,90$$

Sumber : Hasil olahan data

Berdasarkan data tersebut di atas yakni laporan laba rugi atas pesanan khusus kecap dengan penawaran per botol sebesar Rp. 1.047.083,90,- dapat diterima, sebab akan memberikan kontribusi laba. Hal ini meliputi laba setelah tambahan pesanan sebesar Rp. 1.047.083,90,-

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan mengenai analisis perhitungan biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak suatu pesanan khusus pada perusahaan PT. Adinata, maka ditarik kesimpulan akhir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan biaya relevan, menunjukkan bahwa PT. Adinata belum melakukan analisis biaya relevan secara tepat.
2. Dari hasil analisis mengenai biaya relevan, khususnya pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus menunjukkan bahwa dari alternatif yang diajukan mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.
3. Berdasarkan hasil analisis pesanan khusus menunjukkan bahwa pesanan khusus dari UD. Jaya Abadi dan Toko Riva dapat diterima.

6.2 Saran

Setelah penulis menyimpulkan hasil analisis, maka penulis menyarankan kepada perusahaan:

1. Disarankan agar perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan lagi volume produksi kecap, agar dapat meningkatkan laba.

2. Disarankan pula agar perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi kecap, maka hendaknya menggunakan perhitungan biaya relevan, dalam pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar margin laba yang dicapai oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Kamaruddin, 2007, *Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambilan Keputusan*, edisi revisi kelima, Penerbit: RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Bustami Bastian, dan Nurlela, 2009, *Akuntansi Biaya, Melalui Pendekatan Manajerial*, edisi pertama, Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta
- Hansen dan Mowen, 2000, *Manajemen Biaya Akuntansi dan Pengendalian*, edisi pertama, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Hariadi, Bambang, 2002, *Akuntansi Manajemen Suatu Sudut Pandang*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: BPFE, Yogyakarta
- Kholmi, Masiyah dan Yuningsih, 2002, *Akuntansi Biaya*, edisi pertama, cetakan kedua, Penerbit: Universitas Muhammadiyah, Malang
- Krismiaji, 2002, *Dasar-Dasar Akuntansi Manajemen*, cetakan pertama, Penerbit: UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Munawir, S, 2002, *Akuntansi Keuangan dan Manajemen*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Muqodim, 2005, *Teori Akuntansi*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: Ekonosia, Yogyakarta.
- Mulyadi, 2005, *Akuntansi Biaya*, edisi kelima, cetakan ketujuh, Penerbit : UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- Mursyidi, 2008, *Akuntansi Biaya*, Cetakan Pertama, Penerbit: Refika Aditama, Bandung
- Prawironegoro, Darsono, dan Ari Purwanti, 2009, *Akuntansi Manajemen*, edisi Ketiga, Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta
- Simamora, Hendry, 1999, *Akuntansi Manajemen*, Penerbit: Salemba Empat, Jakart..
- Sunarto, 2004, *Akuntansi Biaya*, edisi revisi, Penerbit: Amus, Yogyakarta.
- Supriyono, R. A, 2002, *Akuntansi Biaya : Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, edisi kedua, Penerbit: BPFE, Yogyakarta

Sugiri Slamet, 2001, *Akuntansi Manajemen*, edisi revisi, Penerbit: UUP AMP YKPN, Yogyakarta

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan ketujuh, Penerbit: Alfabeta, Bandung.

Witjaksono, Armanto, 2006, *Akuntansi Biaya*, edisi pertama, cetakan pertama,